

第 68 回 株式会社 USEN 放送番組審議会 議事録

■開催日時

2021 年 4 月 22 日 (木) 16:00～

■開催場所

東京都渋谷区神泉町 9-8 USEN 渋谷ビル

渋谷ビルミーティングルームをベースとして、委員および USEN 側の一部がテレビ会議形式で出席。

■出席者

湯川 れい子 委員長

富澤 一誠 委員

品田 英雄 委員

和合 治久 委員

長谷川 演 委員

■局側出席者

代表取締役社長 田村 公正

取締役副社長 大田 安彦

コンテンツプロデュース統括部長 山下 光儀

コンテンツプロデュース統括部編成部長 松本 茂雄

コンテンツプロデュース統括部制作部長 村田 徹

コンテンツプロデュース統括部制作部制作1課長 小島 万奈

コンテンツプロデュース統括部制作部制作1課 李 再恩

コンテンツプロデュース統括部制作部制作1課 林 健斗

コンテンツプロデュース統括部制作部制作1課 大園 絢音

【番組審議会事務局:森角、林、大園】

議事内容

1. 会社動向、放送事業動向についての報告

(1)第 57 期第 2 四半期経営成績について

売上高は、店舗サービスが前期 1Q に増税特需影響があり微減収で推移し、エネルギーはコロナ影響での施設稼働減/燃調費低下傾向は変わらず減収した。営業利益/経常利益/当期純利益は、販管費コントロールにより各段階利益は上振れて増益した。

(2)番組改編について

2021年4月8日に番組改編を実施した。音の効果研究に基づいた新番組「健康 BGM」をはじめ新規 121 番組を開始し、2 番組を終了した。

(3)追悼番組の放送について

2月12日～3月12日まで、2月9日に逝去されたチック・コリア氏(享年79歳)を偲んで「チック・コリア 追悼特別番組」を放送した。3月16日～3月30日まで、3月9日に逝去された、ドラマーの村上“ポンタ”秀一氏(享年70歳)を偲んで「村上“ポンタ”秀一 追悼特別番組」を放送した。

(4)『USEN Magazine』の発行について

2021年3月、会報誌『USEN Magazine Vol.01(2021年4～9月号)』を発行。業務店/個人宅のお客様にお届けした。

2. 審議課題

「既存番組」+「時間帯」+「演出」

3. 【対象番組】

■C-34 ドリーミーポップ

■D-54 チルアウト・ミュージック

4. 審議

【放送局】

第57期は「既存番組」+「時間帯」+「演出」を審議テーマとしている。今回は昼帯、ピーク後での利用を想定し、「C-34 ドリーミーポップ」、「D-54 チルアウト・ミュージック」の2番組を審議頂きたい。

【審議委員】

まず「C-34 ドリーミーポップ」から意見を伺う。

【審議委員】

番組サンプルは今まで仕事場や家で聴いていたが、今回は色々な場所で聴くようにしたところ発見があった。2番組共聴くシチュエーションによって聴こえ方のイメージが全然違って、今でも私の中で番組全体に対するイメージが定まっていない。それが私にとって不思議な発見だった。

「C-34 ドリーミーポップ」は番組名から先にイメージが膨らみ、その後にサンプルを聴いたが1曲目がまさにイメージ通りで、「こういうジャンルって良いな」と思った。この番組が合う業種を考えると、アパレルの中でも若い女性向けのアパレルと私の中ではかなり限定されたが、そういった業種には非常に合うと思う。サンプルの中にはアップテンポな曲が有って真剣に聴くとそれが気になった。例えばアパレルで良い流れで接客をしていても、いきなり曲の雰囲気やテンポが変わると接客の流れも変わってしまう可能性があるので危険だと感じた。しかし BGM として聴き流すと全体的に違和感が無く、温かさや浮遊感、カラフル感と言おうか表現が難しいが一言で言うと良い流れだと思った。サンプルを聴き終わって番組資料のコンセプトを見た時に違和感を持ったのは、番組説明文には「世界中の最先端の楽曲から」と書かれているのに、

演出ワードを踏まえた選曲時の留意点には「主に 2000 年代～最新リリースの音源から選曲」と書かれていた事だ。2000 年代と言うともう 10～20 年前になるので、私の年代だと 2000 年代からでも意外と最近だと思うかもしれないが、この番組を聴く人やこういったジャンルに詳しい人にとって 2000 年代はもう古く感じるのではないか。最新と言うと、最低でも 2010 年以降、2015 年以降の 5～6 年を指すだろう。更に厳密に最新と言うと 2～3 年を指すだろうが、その点が引っ掛かった。

【審議委員】

私もまず「ドリーミー」の意味を自分の中で整理しながら考え、「C-34 ドリーミーポップ」では良い意味でふわふわしていて、ヴォーカルもエコーが掛かっているような曲が流れるのだろうと思い、その上でサンプルを聴いた。私もアップテンポな曲はロックっぽくて気になった。また私は、ダンス・ミュージックやブラック・ミュージックが好きなのでビートやグルーブ感が足りないとは感じたが、全体としては悪くないと思った。ただ、サンプルではベースラインが格好良くてつい聴き入ってしまう曲が数曲続く箇所があったので、「C-34 ドリーミーポップ」はつい聴き入ってしまう曲も流す番組なのか、聴き流す番組なのか分からなかった。聴き流す番組としては聴いていると気持ち良くてのんびり出来る、更に言うと気が抜けて昼寝をしても良い程に感じた。高揚感とリラックス感の境目は非常に微妙な所で良い所はついているが、ディレクターの選曲の意図を聞きたい。実際に店で流した時に高揚感に繋がるかというのはお客様の意見は聞いた方が良いと思った。また、利用業種をアパレル、ファッション雑貨と想定していて番組資料には 20 代～30 代の女性をターゲットとしたブランドの店舗がイメージ画像として掲載されていて、このブランドではアースカラーも取り入れられている。この画像を見ずに「C-34 ドリーミーポップ」だけ聴くともっとカラフルでビビッドな印象を抱いていたので、そのようなお店がこの番組が合う雰囲気なのか分からない。演出ワードを踏まえた選曲時の留意点に有るように、パステルのような淡い色彩を思い浮かべられるドリーミーな曲が選曲されていて、ムーディーな曲や不気味な暗い曲は選曲されていなかった。家で流すと、気持ちも良く明るい気分になったので非常に良い選曲だと思った。

【審議委員】

1980 年代に「ドリームポップ」という言葉を聞いた事が有り、「C-34 ドリーミーポップ」は良質なポップスからサウンドに浮遊感が有る曲が流れる番組だという風に理解している。利用想定業種のアパレル、ファッション雑貨に合うのか、昼帯のピーク後の時間帯に合うのか、そしてコンセプトに合致した特に浮遊感が有る曲が流れ、それを聴き入ることが出来るかといった評価項目を設け、普通・良い・特に良い、の 3 段階で評価した。その結果、曲によっては浮遊感を感じない曲も有ったが全体的には浮遊感が有り、全体的な流れとしては良く選曲出来ていた。昼のピーク後にアパレル、ファッション雑貨の店舗で流すとトレンド感が出て、購買意欲が高まるような快活感が出る点でも非常に良いと思った。したがって、全体としては「ドリーミーポップ」のコンセプトが表現され、心明るく買い物を楽しめる音環境が出ていたと感じた。

【審議委員】

他の審議委員も言っている通り、「C-34 ドリーミーポップ」は番組名が非常に良い。聴く前に大体雰囲気がイメージ出来て、聴くと「ドリーミーポップ」とはまさしくこのようなものというも教えられた。その点で言うともまずコンセプトが有り、それに合わせて選曲し、見事にまとまっている感じがした。コンピレーションアルバムを作るにしても「C-34 ドリーミーポップ」から選曲して出来る位のレベルには達していると思う。何か指摘する点があるかと探しながら聴いたが残念ながら無いと思った程、非常に良かった。審議会が始まる前の数分、自宅で「C-34 ドリーミーポップ」を流しながら待っていたが丁度良い雰囲気で待つ事が出来たので BGM としても素晴らしく、コンセプトを持った番組としても素晴らしいと思った。

【審議委員】

私は資料を読まないでサンプルを聴いたので、最初は「ドリーミーポップ」がどういう音楽か、「ドリーミー」が何なのか分からなかったが、選曲としては昼間のピークを過ぎた時間帯になんとなくのんびりした感じで聴けたら良いかなと思い、聴く事が出来た。曲名やアーティストの詳細を見ずにどのようなアーティストの曲が選曲されているか予想しながら聴いたのだが、後から資料を見ると有る程度有名なアーティストの曲が多く選曲されていて、そのようなアーティストから「C-34 ドリーミーポップ」のコンセプトに合わせてこれだけ良い選曲がされているのが分かり、大変な作業だと感じた。洋楽ファンとしては面白くない選曲だが、今、洋楽というものが非常に正体や出所が不明でグローバルになっているので、その中から「ドリーミーポップ」という商品として選曲していくのは正しく、そのような時代なのだと教えられた。曲を聴いてわざわざ曲名やアーティスト名を調べようとする人達が居る中で「C-34 ドリーミーポップ」が流れているのは悪くない。寧ろ、大変な作業でこれだけの選曲をしているというのは、ひとつのコンセプトとして商品になると思った。

【放送局】

「C-34 ドリーミーポップ」に関しては有効なご意見を頂いた。

【審議委員】

最終的には我々審議委員が決める事ではなく、USEN を利用するお客様が決める事だろう。

【放送局】

つい聴き入ってしまう曲も流す番組なのか、聴き流す番組なのかという点はバランスが重要だと思うが、ディレクターは作り手として意識しているのか。

【放送局】

バランスを考えながら選曲している。全体に統一感を持たせる為にサウンドのイメージは持ちながら、最新の音源からスタイリッシュなエッジの効いた曲もコンセプトに合えば選曲している。

「C-34 ドリーミーポップ」は2年前に立ち上がった番組だが、制作部内の「サウンドイメージデータ付与」というプロジェクトがきっかけだ。そのプロジェクトは国やジャンルを越えて楽曲に対しイメージワードを付与するプロジェクトで、そのイメージワードのひとつに「ドリーミー」があった。その選曲を進めている間、企業向けのオリジナル BGM の提案も行っており先方から「ドリーミー」というキーワードで依頼を受け、「C-34 ドリーミーポップ」で流れているような BGM を提案すると非常に好評だったので、この番組を企画した。そういった経緯も有るので「C-34 ドリーミーポップ」は純粋に曲のイメージで選曲している。

【放送局】

やはりコンセプトありきで始まった番組ということだ。ジャンルを越えてひとつのまとまりにしやすかったのだと思う。

【審議委員】

非常にコスモポリタンだがその分アイデンティティが無いように感じる。洋楽ファンが聴くと面白みは無いが、これが今の洋楽だと思う。私に選曲を任されたら絶対に出来ない。

次は「D-54 チルアウト・ミュージック」について意見を伺う。「チルアウト」は散々使い古された言葉だが、結局何かと言う

と未だに良く分かっていない。

【審議委員】

私が行っている美容室は下北沢に在るのだが、代々木八幡にも出店しており、オーナーの美容師はビジネスのセンスは然ることながら音楽も造詣が深い。「D-54 チルアウト・ミュージック」は利用想定業種を「飲食、美容室」としているの、先日髪を切りに行った際にサンプルの曲目を見せてみたところ、彼が知っている曲も数多くあった。彼はクラブ DJ もしているので、その2店舗の店内BGM用に毎回80曲ずつ選曲して1か月毎に30曲入れ替えているそうだ。選曲の基準を聞くと言ってみれば彼のセンスになるが、具体的に言うと誰もが知っているヒット曲より、昔で言うB面の良い曲のようなアーティストや曲は分からないが流れているとお客様がつい調べたくなるような曲はセンスが良いという基準で選曲しているとの事だった。私も今回取材してみて一番良かったのは実際のオーナーがBGMにどのようなものを選んでいるか、そしてお客様の事を考えてきちんと選曲しているという事を知ることが出来た事だ。USENのディレクターも取材して選曲していると思うが、このオーナーの例も参考にして、尚且つ自分なりの色を付けて選曲していくとより良い選曲になると感じた。「D-54 チルアウト・ミュージック」は私も好きな選曲だったが、オーナーも褒めていた。

以前、チルアウトがテーマのコンピレーションアルバムの帯を書いたことがあったが、そこで私は「チルアウトとは心のシャワータイムです」というキャッチを付けており、文章の中では「シャワーを浴びて心も体もリフレッシュしてまた明日の活力を取り戻す、そんな心のビタミン剤が今の私たちに1番必要なものです。」という事を書いている。今改めて考えると「チルアウト」のイメージは良く分からないが、ここで言う「チルアウト=リラックス」だと思うので、どの程度のリラックスなのか、それ以外のコンセプトを込めた時どのようなバランスで選曲するかが難しい。「D-54 チルアウト・ミュージック」はそのバランスが良く取れた選曲になっていたと思う。

【審議委員】

「チルアウト」はイビサ島でクラブカルチャーから生まれた音楽で、「D-54 チルアウト・ミュージック」は「リラックス&スタイリッシュ」をテーマにした番組だ。今もスタイリッシュに聴こえるが、スタイリッシュが故に聴いた時に緊張感が残ると思った。先程の「チルアウトとは心のシャワータイムです」と書かれた時代は、外に出歩いて遊ぶクラブカルチャーが全盛で、ダンスフロアからラウンジに降りた時にリラックスするのがチルアウトだったと思う。その時と今で何が違うか自分なりに考えると今、私はほとんど家で仕事をしていて緊張感の無い毎日を送っている。コロナ禍で出歩けなくなり、リアルなクラブに行く事が無いという事を考えると、選曲や流れの良さ悪しは別にしてリラックスしていて緊張感が無い日々にチルアウトをテーマにしたラウンジで流れているような音楽を家で聴くと緊張してしまうということに気が付いた。私は格好良い美容室に行く時、緊張して普段よりお洒落をして行く事が多いので、「D-54 チルアウト・ミュージック」はスタイリッシュだがリラックスとは違うのではないかと思った。結果的に気が付いたのが、「D-54 チルアウト・ミュージック」を流すと仕事をしやすいという事だ。仕事の邪魔をしないので選曲としては良いが、もう少し夜っぽかったりリラックスしないで仕事に向けたりすると役に立つ音楽なので、ディレクターの「リラックス」という考えについて聞きたい。コロナ禍で早寝になっていたりお酒を飲まなくなっていたりする状況を考えると、クラブカルチャーは世界的に見ると曲がり角に差し掛かっているのではないだろうか。勿論そういった昔のイメージを再現するには非常に役に立つ選曲だと思うが、これからの時代に気を付けなくてはならない要素も有るだろうと思った。

【審議委員】

「チルアウト」とは英語では「リラックスして寛ぐ事」と思っているの、スローテンポで、一定のリズムが繰り返されて刻んで

落ち着いた雰囲気が出る音楽だと思う。利用想定業種の飲食、美容室に合うのか、昼帯のピーク後の時間帯に合うのか、そしてコンセプトに合致したスロー～ミドルテンポのゆったりとしたリラックス感が有るか、聴いた後心地良さが残るかという評価項目を設け、普通・良い・特に良い、の3段階で評価した。その結果、落ち着いてリラックスしながら食事が出来る雰囲気が醸し出せており、美容室に行き行ってリラックスした気持ちで利用して貰えるという事を感じたので、利用想定業種は非常に良いと思った。時間帯を昼帯のピーク後、特に15時頃と想定しているが、「D-54 チルアウト・ミュージック」を聴いていて眠くなった委員が他にも居るのではないかなと思うが私は眠くなったので、夜間でも活用出来るのではないかなと思う。大脳生理学的にはこのような一定のフレーズが繰り返されるスローテンポな音楽を聴くとセロトニンが良く出る。セロトニンはメラトニンになって睡眠を促す為、不眠症の方には非常に良い番組だと思う。つまり、「チルアウト」という英語の意味合いの中でリラックスして落ち着いて寛ぐという、緩やか感やゆったり感、リラックス感、聴いた後の心地良さが全体的に感じ取れたので、「チルアウト・ミュージック」という番組名に合致した内容だと思う。第55回審議時の意見を参考にしてブラッシュアップしたという事だが、確かにその通りだと思った。

【審議委員】

「D-54 チルアウト・ミュージック」は以前の審議からブラッシュアップされているのを感じた。私は最初、サンプルを大きな音量で車の中で聴き、その時はミステリアスで冷たい印象を抱いた。その後2度、3度と今度は違う場所、シチュエーションで聴いて行くと最初に感じていた冷たさを全然感じなくなり、逆にリラックス出来て聴きやすい印象に何故かいきなり感覚が変わって、非常に不思議な体験だった。その時は飲食でも暖かい雰囲気の店は全く合わず、どちらかと言うと飲食も美容室もスタイリッシュでクールな雰囲気に音のぬくもりや優しさ、温かみをアクセントとして少し入れる装置として非常に合うだろうと思った。先程の「C-34 ドリーミーポップ」はどちらかと言うとカジュアルな店に合うが、「D-54 チルアウト・ミュージック」は高級感が有る単価の高い店まで合いそうだと感じた。その後も繰り返し「D-54 チルアウト・ミュージック」を聴き続けていると面白い発見をした。今週は天気が良かったので夕方頃に家の庭で酒を飲みながら聴いてみると、そのシチュエーションに非常にはまった。最近はキャンプ等アウトドアが流行っているが、大自然の中で夜でも、朝起きて一人でコーヒーを淹れて飲むようなシチュエーションでも合うのではないかな。最初はそのような感覚は全く想像出来なかったが、今では絶対良いと思うのでアウトドア向けとしてもお勧めして良いと感じた。平日の昼はあまり合わないかもしれないが休日としてゆったり休める時や、夏なら昼から酒を飲みたくなるような開放的な気分になっているランチタイムにも合うかもしれないと感じた。

【審議委員】

やはり「チルアウト」と言う緊張感をもたらし、必ずしもリラックスして無警戒に居られる事が出来ない程、一時期お洒落な音楽だったので、飲食店の一番まったり出来る15時頃に合うのはあまりイメージ出来なかった。サンプルはジャズ系のチルアウト・ミュージックから始まったのでお洒落な緊張感が有り、やはり美容室に合うと思いつながら聴いた。私の場合、アウトドアではなく車の中で聴いたので、アウトドアや飲食店で一人で聴いても良いという広がりを持ってないまま聴いてしまったが、閉ざされた空間の中で一人で聴くのも非常に良かった。私の先入観も有るかもしれないが、グローバルな感じやクールな緊張感、お洒落な感じが何処までも付いて回る上に非常に良い選曲をしていて、それこそ流れているのを聴いたら自分でその曲を調べたくなる人が沢山居るのではないかなと思うような曲も何曲か流れた。非常に時間を掛けて良いものを選んだという事から言っても、一つの独立した番組として聴いてもなかなか良い物になっていると思う。私の中ではまだ昼下がりの飲食のイメージというのはまだ出て来ないがそれも良かったと思うし、もし美容室なら流れている音楽にも興味を持ちそうなお洒落な男のお客様が居るような所にはぴったりの番組になっていたのではないかなと思いつながら聴

いた。

【放送局】

色々な聴き方が有ると非常に勉強になった。「リラックス」と「スタイリッシュ」は両極端ではないと思うが、「D-54 チルアウト・ミュージック」の選曲に際しディレクターはどのように考えているか。

【放送局】

自分で「リラックス&スタイリッシュ」というコンセプトを立てておきながら、ここのバランスは毎回非常に難しく、スタイリッシュな要素が強いと、先程冷たいというご意見も有ったが、リラックスした印象がどうしても薄まってしまう。全体的にスタイリッシュな曲をどの程度の割合で入れておくのかというのは曲を新しく追加する度にバランスを常に一度全て見直しており、比率としてはリラックスの要素を多く構成しているつもりではいるが、曲によってはどちらかと言うとスタイリッシュな要素が強いものもシャッフル放送で流れるので、そのような曲が続いて流れてしまう箇所も有るかもしれない。今日意見を伺って、放送の仕方はシステム面で何か工夫するのは良いかもしれないと思った。

【審議委員】

ヴォーカルの有無で音楽としてのニュアンスや目的が変わると思う。例えば、大自然の中で完全に一人で非常に心地良く音楽を聴いている中にヴォーカルが入って来るといきなり現実に戻ってしまう。風の音や海や波の音、車の音が入っていても曲として聴こえるが、何語であっても人の声が入っているといきなり人間が登場して現実感が出てしまう。また、私はよく文章を書くのだが、言葉が聞こえると書く言葉の邪魔をしてしまうのでヴォーカル入りの曲は絶対に掛けられない。その為、私が経営するカフェでもインストゥルメンタルの曲しか流していない。選曲の際、その点は気にするのだろうか。

【放送局】

「D-54 チルアウト・ミュージック」の構成は一对一程度で現状ヴォーカルもインストゥルメンタル入っているが、インストゥルメンタルだけで構成した番組を立ち上げるのも良いと、今の話を聞いて思った。

【放送局】

今の話は「D-54 チルアウト・ミュージック」だけでなく我々が作っている番組全てに言える事かもしれない。特にコンセプトの強い番組はヴォーカルとインストゥルメンタルの切り分けは必要かもしれないので、改めて課題意識を持ちたいと思う。

本日は様々な角度からご指摘を頂いた。「C-34 ドリーミーポップ」は番組説明文中の「最先端」という文言についてまず再検討したい。また、曲によっては浮遊感を感じない曲も有ったとご指摘を頂いたが、コンセプトに沿った選曲が出来ているというご意見も頂いた。BGMとして聴き流す番組なのかという点についてもご意見を頂いたので、お褒めの言葉を頂いたがその上で更に良い番組になるように改めて再設定したい。

一方、「D-54 チルアウト・ミュージック」は過去に審議頂いた番組だが再度審議頂いた。我々は業務店向けに或る一定のシチュエーションを想定して番組を作るが、「D-54 チルアウト・ミュージック」は今までの審議会で無かった程、様々なシチュエーションに合うとご意見を頂いたのでその点を再認識した。先程ディレクターから有った通り、まだブラッシュアップ出来る部分は有ると思うのでまた審議頂く機会を設けたい。

【審議委員】

審議委員達が認めているのはディレクターが丁寧に良い曲を選曲している事だと思う。そういう意味では非常に良く出来ているので、これ以上ブラッシュアップするとなるとディレクターも困るだろう。

【放送局】

しかし、「リラックス」というキーワード、「スタイリッシュ」というキーワードで使って頂く空間を想定して試行錯誤しながら、その要素のバランス感覚をやはり今後も常に磨いていかないといけないと考えている。

【審議委員】

「チルアウト・ミュージック（リラックス）」、「チルアウト・ミュージック（スタイリッシュ）」という分け方も出来るかもしれない。一緒にするには難しいと思う。

【放送局】

「チルアウト・ミュージック（Instrumental）」というのも出来るかもしれない。

【放送局】

それは出来ると思う。

【放送局】

今日頂いた意見を参考に、今後の番組作りに活かしていきたい。

4月の改編で始まった新番組も含め、「D-54 チルアウト・ミュージック」のように様々なシチュエーションに合う番組も今後また審議頂きたいと思う。